

PATENT ABSTRACTS OF JAPAN

(11)Publication number : 2002-335514
 (43)Date of publication of application : 22.11.2002

(51)Int.Cl. H04N 7/173
 G06F 17/30
 G06F 17/60
 H04H 1/02
 H04N 7/16
 H04N 17/00

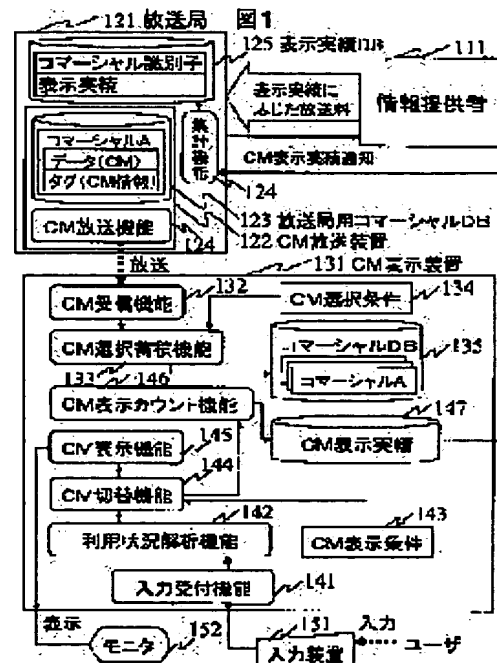
(21)Application number : 2001-136825 (71)Applicant : HITACHI LTD
 (22)Date of filing : 08.05.2001 (72)Inventor : UKAI HIROMI
 HIRASAWA SHIGEKI
 HIRAHATA SHIGERU
 YANAGI KUNIHIRO

(54) CM PROVIDING METHOD

(57)Abstract:

PROBLEM TO BE SOLVED: To provide an effective commercial in response to interest of viewers by using digital broadcast, and determine broadcast charge based not on an indirect value such as a program rating but on the reliable commercial viewing.

SOLUTION: A broadcasting station broadcasts in digital the commercial and information showing its contents. CM providing equipment receives and stores the broadcast, the switches and displays the commercial according to the input contents from a user. The number of times of display and the display time of the commercial are recorded as actual results of CM display, which are informed to the broadcasting station. It determines the broadcast charge corresponding to the actual results of the commercial display.



LEGAL STATUS

[Date of request for examination]
 [Date of sending the examiner's decision of rejection]
 [Kind of final disposal of application other than the examiner's decision of rejection or application converted registration]
 [Date of final disposal for application]
 [Patent number]
 [Date of registration]
 [Number of appeal against examiner's decision of rejection]
 [Date of requesting appeal against examiner's decision of rejection]
 [Date of extinction of right]

Copyright (C); 1998,2003 Japan Patent Office

THIS PAGE BLANK (USPTO)

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開2002-335514

(P2002-335514A)

(43) 公開日 平成14年11月22日 (2002. 11. 22)

(51) Int.Cl. ⁷	識別記号	F I	テーマコード*(参考)
H 0 4 N 7/173	6 3 0	H 0 4 N 7/173	6 3 0 5 B 0 7 5
G 0 6 F 17/30	1 7 0	G 0 6 F 17/30	1 7 0 Z 5 C 0 6 1
	3 4 0		3 4 0 A 5 C 0 6 4
17/60	3 2 6	17/60	3 2 6
	3 3 2		3 3 2

審査請求 未請求 請求項の数10 O L (全 4 頁) 最終頁に続く

(21) 出願番号 特願2001-136825(P2001-136825)

(22) 出願日 平成13年5月8日(2001.5.8)

(71) 出願人 000005108

株式会社日立製作所

東京都千代田区神田駿河台四丁目6番地

(72) 発明者 嶋飼 ひろみ

神奈川県川崎市麻生区王禅寺1099番地 株

式会社日立製作所システム開発研究所内

(72) 発明者 平澤 茂樹

神奈川県川崎市麻生区王禅寺1099番地 株

式会社日立製作所システム開発研究所内

(74) 代理人 100075096

弁理士 作田 康夫

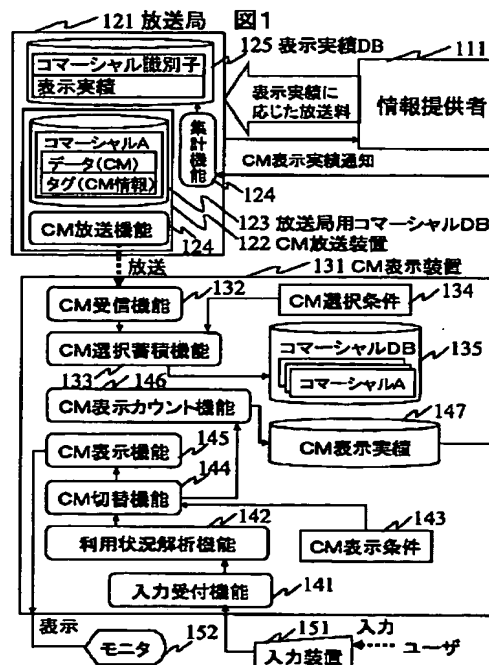
最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 CM提供方法

(57) 【要約】

【課題】 デジタル放送を利用して視聴者の興味に応じた効率的なコマーシャルを提供できるようにすること。同時に、番組視聴率という間接的な値ではなく、確実なコマーシャル視聴に対して放送料を決定する。

【解決手段】 放送局では、コマーシャルと、その内容を示す情報をデジタル放送する。CM提供装置は、放送を受信して蓄積し、利用者からの入力内容に応じてコマーシャルを切り替えて表示する。このとき、表示したコマーシャルの表示回数や表示時間などをCM表示実績として記録し、これを放送局に通知する。放送局はコマーシャルの表示実績に応じて放送料金を決定する。



【特許請求の範囲】

【請求項1】情報提供者からのコマーシャル放送要求に応じて、放送局が放送料を受け取ってコマーシャルをデジタル放送するコマーシャル提供方法において、受信装置は、コマーシャルを受信して蓄積し、利用者からの入力に応じてコマーシャルを選択的に表示し、表示した実績をデータとして前記放送局に通知し、前記放送局は、通知されたコマーシャル表示実績を集計し、前記コマーシャル表示実績の集計結果に応じて放送料金を決定することを特徴とするCM提供方法。

【請求項2】請求項1において、放送料金は、コマーシャルの表示時間によって決定することを特徴とするCM提供方法。

【請求項3】請求項1において、放送料金は、コマーシャルの表示回数によって決定することを特徴とするCM提供方法。

【請求項4】請求項1において、インタラクティブな操作が可能なコマーシャルが放送された場合、放送を受信する装置が利用者のリアクションを記憶し、表示したコマーシャルと該コマーシャルへの利用者のリアクションを基に放送料金を決定することを特徴とするCM提供方法。

【請求項5】請求項1において、放送局への双方向サービスが利用可能なコマーシャルが放送された場合、放送局のサービスセンタが利用者のリアクションを記憶し、表示したコマーシャルと該コマーシャルへの利用者のリアクションを基に放送料金を決定することを特徴とするCM提供方法。

【請求項6】請求項1において、あるコマーシャルが、一定の期間に一定の回数以上表示された場合に放送料金を増額することを特徴とするCM提供方法。

【請求項7】請求項1において、あるコマーシャルが、一定の期間に一定の時間以上表示された場合に放送料金を増額することを特徴とするCM提供方法。

【請求項8】請求項1において、一定の放送料金によって一定の回数以上のコマーシャルを表示することを特徴とするCM提供方法。

【請求項9】請求項1において、コマーシャルを表示する装置の所有者に対して情報提供者がコマーシャルを表示したことに対する表示料金を支払うことを特徴とするCM提供方法。

【請求項10】請求項1において、コマーシャルを表示する装置の所有者に対して放送局がコマーシャルを表示したことに対する表示料金を支払うことを特徴とするCM提供方法。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】本発明はデジタル放送を利用したコマーシャルの提供方法に関する。

【0002】

【従来の技術】従来、テレビ放送を利用して、番組と番組の間や、番組の途中にコマーシャルを挿入したり、また、番組内でダイレクトに商品を紹介したりすることで、番組を視聴している視聴者を対象にコマーシャルを提供している。番組の視聴率が高いと、それだけコマーシャルの視聴率も高いとみなすことができるため、番組のスポンサーである情報提供者は、番組の視聴率の高さを基準としてコマーシャルの放送料金を放送局に支払ったり、効率的なコマーシャルを提供するために、番組視聴率の高い番組へのコマーシャル提供を望む傾向がある。

【0003】

【発明が解決しようとする課題】従来のコマーシャルの提供方法では、不特定多数の視聴者を対象に、広く浅くコマーシャルを視聴してもらうことには適している。しかし、現在、社会は消費者の嗜好が多様化してきているため、不特定多数を対象とするよりも、興味を持っているような人に対してコマーシャルを提供した方が効率的であり、放送を利用したコマーシャルはそのニーズに対応できていないという問題がある。従来でも、放送時間帯により、視聴者層をある程度限定して、視聴者層に合ったコマーシャルを放送することは行なわれているが、ビデオデッキの普及などの要因により視聴形態も変化してきており、深夜の若者向けの番組を録画しておき、昼間の時間帯に主婦が視聴するなどのように、放送時間帯だけでは視聴対象者が特定されないという問題もある。

【0004】以上のように、放送を利用して視聴者の興味に応じた効率的なコマーシャルを提供できるようにすることが課題である。同時に、番組視聴率という間接的な値ではなく、確実なコマーシャル視聴に対して放送料を決定するという課題がある。

【0005】

【課題を解決するための手段】放送局では、コマーシャル（今後、CMと表記する）と、その内容を示す情報をデジタル放送する。

【0006】本発明のCM提供装置は、放送を受信してCMを一時記憶領域に記憶し、どのようなCMを蓄積するかを判断するための選択条件に従って、一時記憶領域に記憶されたCMの中から条件に合うCMを選択し、選択したCMを内蔵の記憶装置に記憶する。例えば、CMの内容を示す情報として、放送局がCMのジャンル情報を放送するとすると、CM提供装置では、ある特定のジャンルのCMだけを蓄積することができる。

【0007】また、CM提供装置は、利用者からの入力の内容に対応して表示するCMを設定することができ、利用者からの入力があった場合は、入力の内容に応じてCMを切り替えて表示する。

【0008】このとき、表示したCMの表示回数や表示時間をCM表示実績としてカウントして記録し、これを放送局に通知する。放送局はCMの表示実績に応じて放

送料を決定する。

【0009】

【発明の実施の形態】以下、本発明の第一の実施例を図1を用いて説明する。図1は、CM提供方法の全体の構成を示す図である。

【0010】まず、CM放送について説明する。放送局121はCM放送装置122を用いて、放送局用データベース123に蓄えられているCMを放送する。CM表示装置131は、CM受信機能132を用いて、放送されたコマーシャルを受信し、CM選択蓄積機能133により、コマーシャルDB135に記憶する。放送されるCMはデータ(CM)とタグ(CM情報)から構成されていて、蓄積するCMを選択する条件134が設定されている場合には、CM選択条件134にあったCMをタグ情報と比較してフィルタリングしてからコマーシャルDB135に記憶する。このようにして、コマーシャルDB135にCMが記憶される。

【0011】次に、利用者の入力に対応したCM切替について説明する。利用者は、入力装置151を使用して入力をする。入力受付機能141によって入力が受け付けられ、利用状況解析機能142によって入力内容が解析される。利用者の入力内容とCM表示条件143とを比較して、CM切替機能144が、表示するCMを決定し、コマーシャルDB135からCMを読み出し、CM表示機能145がモニタ152に表示する。このようにして、入力に応じたCMが切り替え表示される。

【0012】CMが表示されると、CM表示カウント機能146が、各CM毎にどれだけ表示したかをモニタリングして、表示実績データとしてCM表示実績147に記憶する。CM表示実績147のデータを定期的に(例えば、月に一回)放送局121に通知し、集計機能124を使ってCM毎の表示実績を集計して表示実績DB125に記憶する。または、放送局121からCM表示装置131のCM表示実績147のデータにアクセスして、放送局121が表示実績を収集して集計する。このようにして、放送局121はCMの表示実績を把握することができる。

【0013】放送局121は各CMごとの表示実績を情報提供者111に通知し、情報提供者111は実績に応じた放送料を放送局121に支払う。

【0014】CMの表示実績としては、CMを表示した時間や回数の累計が考えられる。また、CMがインタラクティブなCMの場合は、利用者からのCMへのリアクションを集計したり、放送局121への双方向サービスが用意されている場合には、利用者からの双方サービスへのリアクションを集計することによって表示実績が得られる。利用者からのCMへのリアクションだけでなく、利用者のどのような操作からどのCMの表示に結びついたのか、といった情報を収集することもできる。また、複数の場所に複数のCM提供装置を設置する場合

は、CM提供装置の設置場所、利用客層、利用時間のような情報と、CMの表示状況を結びつけて分析することにより、より詳細なCMへの反応情報を得ることができる。このようにして、CMに対する反応をマーケティングに利用することも可能となる。

【0015】CM表示装置131から放送局121への表示実績の通知に関しては、専用線や一般電話回線を利用した自動通知が考えられる。放送局121から情報提供者111への通知に関しては必須ではなく、専用線や一般電話回線を利用した自動通知でなくてもよい。

【0016】情報提供者111が放送局121に支払う放送料は、例えば、CM表示時間やCM表示回数が多くなるに従って増額されてもよいし、情報提供者111があらかじめ示した要求に達した場合にのみ、放送料を追加して支払うような、出来高払いでもよい。CMの表示時間や回数によらず、CM表示装置131への利用者のリアクション情報の内容によって決めてもよい。ある放送料で表示できる時間や回数を設定しておき、表示時間や回数が設定値に達するまで表示を続けるという方法でもよい。

【0017】表示実績に応じたCM表示料を情報提供者や放送局からCM表示装置の所有者に支払うのでもよい。

【0018】また、家電品や車などにCM表示実績147を除いたCM表示装置を内蔵し、メーカーが自社のCMを蓄積するようなCM選択条件134を設定することにより、製品を利用する時に自社のCMを表示する機能を持たせることも可能である。CMを表示する機能の分をメーカーが負担することで、利用者は同機能の製品よりも安価に家電品や車などを購入することが可能となる。

【0019】このようにして、利用者が実際にCMを視聴できる環境において、利用状況に相応しいCMを表示することにより、効率的、かつ、効果的なCM表示ができるようになる。また、CMの表示実績に応じて放送料を決定できるようになる。さらに、例えば、放送局がCMのみを専門チャンネルとして放送し、受信機側で利用状況に応じて適宜CMを表示するといった使い方もできるようになる。

【0020】

【発明の効果】本発明の第一の効果として、デジタル放送を利用して、効率的、かつ、効果的に、最新のCMを提供することが可能となる。

【0021】本発明の第二の効果として、CMの視聴やリアクションに対して放送料を決定することが可能となる。

【0022】本発明の第三の効果として、利用者のCMへのリアクションを分析して、市場のマーケティングに利用することが可能となる。

【図面の簡単な説明】

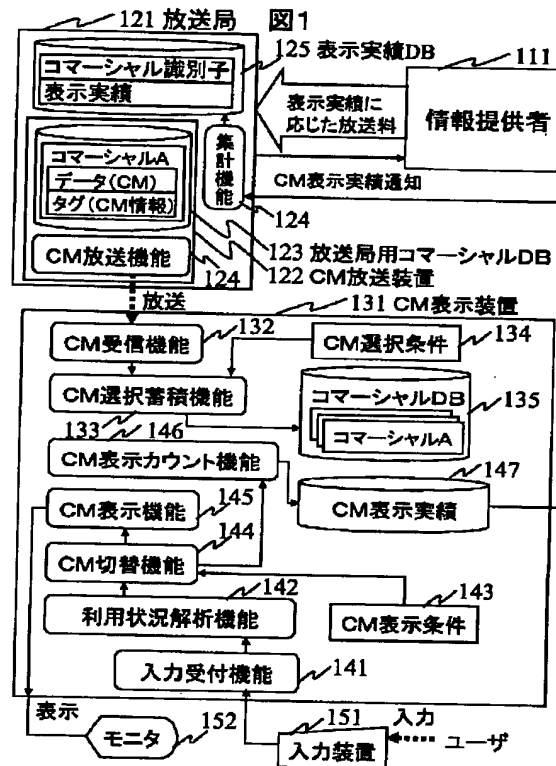
【図1】本発明の全体図である。

【符号の説明】

111：情報提供者、121：放送局、122：CM放送装置、123：放送局用コマーシャルDB、125：*

*表示実績DB、131：CM表示装置、135：コマーシャルDB、147：CM表示実績、152：モニタ、151：入力装置

【図1】



フロントページの続き

(51)Int.Cl.⁷

H04H 1/02

H04N 7/16

17/00

識別記号

F I

H04H 1/02

H04N 7/16

17/00

タームコード (参考)

F

C

Z

(72)発明者 平島 茂

神奈川県横浜市戸塚区吉田町292番地 株式会社日立製作所デジタルメディアシステム事業部内

(72)発明者 柳 邦宏

神奈川県川崎市幸区鹿島田890番地 株式会社日立製作所情報サービス事業部内

Fターム(参考) 5B075 KK07 ND20 PQ02 PR08 UU34
5C061 BB03
5C064 BB01 BC04 BC18 BC23 BC25
BD03 BD08 BD14